

BAB III

METODE PENELITIAN

3. 1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan Kuantitatif dengan metode korelasional. Menurut Arikunto (2010, hlm. 27) penelitian kuantitatif yaitu jenis pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dari hasil. Alasan dalam penggunaan pendekatan ini adalah dalam melaksanakan tindakan kepada objek penelitian, maka diutamakan penjelasan secara mendetail tentang pengaruh komunikasi interpersonal terhadap budaya perusahaan di kantor pusat PT Telkom Bandung.

Sedangkan metode koresional yaitu penelitian yang menyelidiki ada tidaknya hubungan antara dua variabel atau beberapa variabel. Melalui penelitian tersebut, kita dapat memastikan berapa besar hubungan antara variasi yang disebabkan oleh variabel lain. Alasan penggunaan metode ini karena penelitian korelasional menggunakan instrumen untuk menentukan apakah, dan untuk tingkat apa, terdapat hubungan antara dua variabel atau lebih yang dapat dikuantitatifkan. Hal ini sesuai dengan tujuan peneliti yang hanya ingin melihat hubungan dua variabel tanpa coba merubah atau mengadakan perlaku terhadap variabel-variabel tersebut.

3. 2 Partisipan Penelitian

Partisipan yang dituju oleh peneliti adalah karyawan yang bekerja di kantor pusat PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. (Telkom) yang beralamatkan di Jalan Japati No. 1 Citarum, Bandung, Jawa Barat. Pemilihan partisipan dilakukan atas dasar pengamatan peneliti selama melakukan Program Pengalaman Lapangan (PPL) selama dua bulan di

perusahaan tersebut, sehingga diputuskan untuk memilih partisipan sesuai dengan judul yang teliti oleh peneliti.

3. 3 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2008, hlm. 90), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek-objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sesuai dengan definisi tersebut, wilayah generalisasi atau populasi yang menjadi bahan penelitian peneliti adalah keseluruhan karyawan kantor pusat PT Telkom Bandung yang berjumlah 790 orang.

Menurut Arikunto (2002, hlm. 108), sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Dengan demikian sampel harus bersifat representatif. Penentuan pengambilan sampel menurut Arikunto (2002, hlm. 116) adalah apabila kurang dari 100 lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15 % atau 20-55 % atau lebih tergantung sedikit banyaknya dari :

- 1) Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana
- 2) Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subyek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya dana.
- 3) Besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti untuk peneliti yang resikonya besar, tentu saja jika sampelnya besar hasilnya akan lebih baik.

Pendapat tersebut sesuai menurut Roscoe (dalam Sugiyono, 2008) yang menyebutkan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *Nonprobability Sampling*, yaitu *Accidental Sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota

populasi untuk dipilih menjadi sampel. Untuk menentukan besarnya jumlah responden atau sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin (dalam Sevilla, 2007) dengan penjelasan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

$$n = \frac{790}{1 + 790 (0,10 \times 0,10)}$$

$$n = \frac{790}{8,9}$$

$$n = \underline{\underline{88}} \text{ responden.}$$

Dalam penelitian ini, batas toleransi kesalahan yang digunakan oleh peneliti adalah 10 %, sehingga tingkat akurasi menjadi 90 %. Berdasarkan rumus Slovin, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 88 responden.

Sedangkan sampling aksidental (*accidental sampling*) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Margono (2004, hlm. 27) menyatakan bahwa dalam teknik ini pengambilan sampel tidak ditetapkan lebih dahulu. Peneliti langsung mengumpulkan data dari unit sampling yang ditemui sampai jumlah yang diharapkan terpenuhi.

3. 4 Instrumen Penelitian

Keberhasilan penelitian banyak ditentukan oleh instrumen yang digunakan, sebab data yang diperlukan untuk menjawab permasalahan penelitian diperoleh melalui instrumen penelitian. Pernyataan tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Sudjana dan Ibrahim (2007: 96), yaitu :

“... instrumen sebagai alat pengumpul data harus betul-betul dirancang dan dibuat sedemikian rupa sehingga menghasilkan data empiris sebagaimana adanya.” Adapun instrumen penelitian yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini berfungsi sebagai alat pengumpul data adalah angket atau kuesioner.

Angket atau kuesioner

Sugiyono (2008, hlm. 199) menjelaskan bahwa angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket dipilih peneliti karena dianggap dapat memberikan hasil yang sesuai dengan penelitian.

3. 5 Definisi Operasional

Variabel Independen (X) : Komunikasi Interpersonal (Devito, 1989) dalam Onong U. Effendy (2003, hlm. 28)

Komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera. Aspek yang diukur berdasarkan indikator komunikasi interpersonal adalah keterbukaan, perilaku positif, empati, perilaku suportif dan kesetaraan.

Variabel Dependen (Y) : Budaya Organisasi (Stephen P. Robbins, 1994) dalam Tampubolon (2008, hlm. 233)

Budaya organisasi merupakan suatu persepsi bersama yang dianut oleh anggota-anggota organisasi ; suatu sistem dari makna bersama. Indikator dari budaya perusahaan terdiri dari enam, yaitu inovatif dalam pengambilan resiko, perhatian pada masalah secara detail, orientasi hasil, orientasi manusia, orientasi tim, agresivitas , dan stabilitas kerja.

Tabel 3. 1
Pengembangan Instrumen Penelitian

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Variabel (X) Komunikasi Interpersonal	Dalam Onong U. Effendy (2003, hlm. 28), “Komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang	1. Keterbukaan	a. Antara pimpinan ke karyawan, karyawan ke pimpinan hingga antar karyawan saling berinteraksi secara terbuka	Likert	1
			b. Antar karyawan maupun antar pimpinan dan karyawan dapat saling memberikan saran atau masukan		2
			c. Semua karyawan menerima kedatangan pegawai baru dengan tangan terbuka		3
	sekelompok kecil orang dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang	2. Perilaku Positif	a. Seluruh karyawan memperlakukan karyawan lainnya dengan baik	Likert	4
			b. Seluruh karyawan menunjukkan sikap siap membantu kepada sesama		5

	untuk memberikan umpan balik segera.”		rekan kerja c. Seluruh karyawan dapat bekerjasama dalam tim dengan baik		6
		3. Empati	a. Karyawan senior mau membagikan ilmu kepada karyawan baru	Likert	7
			b. Sesama rekan kerja saling memberikan motivasi dan semangat dalam bekerja		8
			c. Setiap karyawan menunjukkan apresiasinya terhadap prestasi rekan kerjanya		9
		4. Sikap Suportif	a. Karyawan bersikap spontan saat menyampaikan pendapat kepada rekan kerja lain	Likert	10
			b. Setiap karyawan yang bekerja dalam tim menanggung segala resiko kerja bersama		11
			c. Setiap karyawan berkomunikasi dengan memberikan gambaran yang jelas mengenai masalah yang dibahas, sehingga rekan kerja mudah		12

			memahami		
		5. Kesetaraan	a. Pimpinan memberikan kesempatan yang sama kepada karyawan untuk mengemukakan ide dan pendapat	Likert	13
			b. Setiap karyawan menghormati rekan kerja tanpa melihat latar belakang sosial, ekonomi, suku ataupun agama		14
			c. Karyawan menganggap bahwa konflik merupakan upaya untuk memahami perbedaan		15
Variabel (Y)	Dalam Tampubolon (2008, hlm. 233), Budaya organisasi merupakan suatu persepsi bersama yang dianut oleh anggota-anggota organisasi ; suatu sistem dari makna bersama.”	1. Inovasi dan Pengambilan Resiko	a. Pimpinan mendorong karyawan untuk melakukan inovasi / gagasan baru dalam pekerjaan	Likert	16
Budaya Perusahaan			b. Perusahaan menghasilkan sesuatu yang dibutuhkan masyarakat		17
		2. Perhatian Pada Masalah Secara Detail	a. Setiap karyawan selalu memilah-milah pekerjaan yang harus diselesaikan terlebih dahulu agar semua pekerjaan dapat terselesaikan dengan baik	Likert	18
			b. Setiap karyawan membuat perencanaan (<i>planning</i>)		19

			sebelum mengerjakan tugas agar dapat selesai dengan lancar		
		3. Orientasi Hasil	a. Pimpinan selalu memberikan arahan kepada karyawan agar hasil pekerjaan sesuai dengan standar perusahaan b. Baik pimpinan maupun karyawan sama-sama membentuk persepsi yang sama dalam melakukan tugas, sehingga seluruh karyawan berorientasi pada tujuan/hasil	Likert	22 23
		4. Orientasi Manusia (karyawan)	a. Setiap karyawan melakukan koordinasi dengan rekan kerja dan pimpinan b. Setiap karyawan melakukan koordinasi dengan unit perusahaan yang terkait agar target perusahaan dapat tercapai	Likert	25 26
		5. Orientasi Tim	a. Setiap karyawan saling berkoordinasi dalam sebuah proyek bersama b. Pimpinan memberikan	Likert	27

			tugas melalui kerjasama tim		29
			a. Setiap karyawan		
		6. Agresivitas	mengerjakan tugasnya meski tanpa pengawasan pimpinan	Likert	30
			b. Setiap karyawan memenuhi kualifikasi keahlian yang baik		31
			a. Setiap karyawan berusaha		
		7. Stabilitas Kerja	untuk terus menjaga kondisi kesehatan agar tetap prima dan tidak menghambat pekerjaan		32
			b. Setiap karyawan tetap menjaga prestasi kerjanya		33

3. 6 Analisis Data

Analisis data adalah sebuah proses untuk menyederhanakan data yang diperoleh kedalam bentuk statistik agar lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Selain untuk menyederhanakan data, statistik juga berfungsi untuk membandingkan hasil yang diperoleh dengan hasil yang terjadi secara kebetulan (*by chance*), maka peneliti dapat menguji hubungan yang ada diantara variabel-variabel yang memang terjadi karena adanya hubungan yang sistematis atau hanya terjadi secara kebetulan.

3. 6. 1 Metode Analisis Kuantitatif

Menurut Cooper & Schindler (2006, hlm. 229) riset kuantitatif mencoba melakukan pengukuran yang akurat terhadap sesuatu. Dalam skripsi ini, penulis menggunakan penelitian kuantitatif dimana proses

penggalan informasi diwujudkan dalam bentuk angka-angka sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang diketahui.

Teknik analisis yang digunakan oleh peneliti adalah Analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi sederhana merupakan salah satu metode uji regresi yang dapat dipakai sebagai alat inferensi statistik untuk menentukan pengaruh sebuah variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Regresi linier sederhana digunakan untuk mendapatkan hubungan matematis dalam bentuk suatu persamaan antara variabel tak bebas tunggal dengan variabel bebas tunggal. Regresi linier sederhana hanya memiliki satu peubah yang dihubungkan dengan satu peubah tidak bebas. Bentuk umum dari persamaan regresi linier untuk populasi adalah :

$$Y = a + bx$$

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

a = Konstanta (nilai Y' apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X = Variabel independen (Komunikasi Interpersonal)

Nilai-nilai a dan b dapat dihitung dengan menggunakan Rumus dibawah ini:

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

3. 7 Pengujian Analisis Data

3. 7. 1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dan alat ukur yang digunakan, yaitu kuesioner (Sugiyono, 2007, hlm. 109). Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan antar variabel yang dianalisis. Dalam penelitian ini analisis yang digunakan adalah *pearson product moment* (PPM). Seperti yang diungkapkan oleh Riduwan (2011, hlm. 98), rumus PPM untuk menghitung harga korelasi setiap butir adalah sebagai berikut :

$$r_{hitung} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

R_{hitung} = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

$\sum X_i$ = Jumlah skor item

$\sum Y_i$ = Jumlah skor total (seluruh item)

Selanjutnya dihitung dengan Uji-t dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Nilai t_{hitung}

r = Koefisien korelasi hasil t_{hitung}

n = Jumlah responden

Distribusi (Table t) untuk $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan ($dk=n-2$)

Kaidah keputusan :

Jika $t_{hitung} > t_{table}$ berarti valid sebaliknya

$t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti tidak valid

Jika instrumen itu valid, maka dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya (r) sebagai berikut:

Antara 0,800 sampai dengan 1,000 : sangat tinggi

Antara 0,600 sampai dengan 0,799 : tinggi

Antara 0,400 sampai dengan 0,599 : cukup tinggi

Antara 0,200 sampai dengan 0,399 : rendah

Antara 0,000 sampai dengan 0,199 : sangat rendah (tidak valid)

Secara teknis pengujian instrument dengan rumus-rumus di atas menggunakan bantuan *software* SPSS (*Statistical Product and Service Moment*) versi 16.0. Adapun langkah-langkah untuk uji validitas menggunakan SPSS versi 16.0, adalah sebagai berikut :

- 1) Mengkoding data mentah yang didapatkan dari kuesioner yang sudah diisi oleh responden;
- 2) Menjumlahkan nilai (skor) yang diperoleh dari masing-masing responden;
- 3) Masukkan data tersebut ke SPSS;
- 4) Lalu klik *Analyze* → *Correlate* → *Bivariate*;
- 5) Memasukkan seluruh item pernyataan ke kolom sebelah kanan, hal ini berfungsi untuk menganalisis seluruh validitas pada setiap item;
- 6) Memberi tanda *checkbox* pada *option Pearson* dan *Two-tail*, lalu klik OK;
- 7) Untuk melihat hasil validitas setiap item pernyataan, dapat dilihat pada kolom paling akhir (kolom jumlah *score*).

Perhitungan uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 16.0. Berikut rekapitulasi hasil perhitungannya yaitu :

Tabel 3. 2
Hasil Uji Validitas Variabel X (Komunikasi Interpersonal)

No Item Pernyataan	r Kritis	r Hitung	Keterangan
1	0,497	0,374	Valid
2	0,164	0,374	Tidak Valid
3	0,683	0,374	Valid
4	0,411	0,374	Valid
5	0,108	0,374	Tidak Valid
6	0,582	0,374	Valid
7	0,675	0,374	Valid
8	0,590	0,374	Valid
9	0,642	0,374	Valid
10	0,654	0,374	Valid
11	0,652	0,374	Valid
12	0,645	0,374	Valid
13	0,613	0,374	Valid
14	0,554	0,374	Valid
15	0,523	0,374	Valid
16	0,492	0,374	Valid
17	0,608	0,374	Valid
18	0,681	0,374	Valid
19	0,557	0,374	Valid
20	0,464	0,374	Valid
21	0,437	0,374	Valid
22	0,719	0,374	Valid
23	0,322	0,374	Tidak Valid
24	0,472	0,374	Valid
25	-0,56	0,374	Tidak Valid
26	0,528	0,374	Valid
27	0,734	0,374	Valid
28	0,77	0,374	Tidak Valid

Sumber : Hasil olah data Software SPSS 16.0 (2016)

Pengujian validitas instrumen variabel X yaitu Komunikasi Interpersonal dalam penelitian ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ yaitu $30-2 = 28$, sehingga diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Maka dari itu setiap item pernyataan dalam kuesioner dapat dikatakan valid karena setiap item

pernyataan memiliki $r_{i(x-i)}$ lebih besar daripada r_{tabel} ($r_{i(x-i)} > r_{tabel}$), artinya pernyataan-pernyataan dalam kuesioner dapat dijadikan alat ukur apa yang hendak diukur. Hasil dari uji validitas variabel X ini adalah 23 item pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 3. 3
Hasil Uji Validitas Variabel Y (Budaya Perusahaan)

No Item Pernyataan	r Kritis	r Hitung	Keterangan
1	0,649	0,374	Valid
2	0,739	0,374	Valid
3	0,460	0,374	Valid
4	0,742	0,374	Valid
5	0,339	0,374	Tidak Valid
6	0,538	0,374	Valid
7	0,596	0,374	Valid
8	0,579	0,374	Valid
9	0,504	0,374	Valid
10	0,500	0,374	Valid
11	0,551	0,374	Valid
12	0,393	0,374	Tidak Valid
13	0,436	0,374	Valid
14	0,470	0,374	Valid
15	0,562	0,374	Valid
16	0,343	0,374	Tidak Valid
17	0,253	0,374	Tidak Valid
18	0,679	0,374	Valid
19	0,624	0,374	Valid
20	0,678	0,374	Valid
21	0,509	0,374	Valid
22	0,175	0,374	Tidak Valid
23	0,470	0,374	Valid
24	0,491	0,374	Valid
25	0,543	0,374	Valid

Sumber : Hasil olah data Software SPSS 16.0 (2016)

Pengujian validitas instrumen variabel Y yaitu Budaya Perusahaan dalam penelitian ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ yaitu $30-2 = 28$, sehingga

diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Maka dari itu setiap item pernyataan dalam angket dapat dikatakan valid karena setiap item pernyataan memiliki $r_{i(x-i)}$ lebih besar daripada r_{tabel} ($r_{i(x-i)} > r_{\text{tabel}}$), artinya pernyataan-pernyataan dalam angket dapat dijadikan alat ukur apa yang hendak diukur. Hasil dari uji validitas variabel Y ini adalah 20 item pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 3. 4
Jumlah Item Angket Hasil Uji Coba

No	Variabel	Jumlah Item Angket		
		Sebelum Uji Coba	Sesudah Uji Coba	
			Valid	Tidak Valid
1.	Komunikasi Interpersonal (X)	28	23	5
2.	Budaya Perusahaan (Y)	25	20	5
	Jumlah	53	43	10

Dari Tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 52 pernyataan yang diuji coba, sebanyak 10 pernyataan yang tidak valid, sehingga pernyataan tersebut dibuang dan pernyataan yang valid sebanyak 43 butir pernyataan yang dijadikan angket penelitian.

3. 7. 2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan (kuesioner) menunjukkan konsistensi dalam mengukur gejala yang sama (Sugiyono, 2007, hlm. 110). Pertanyaan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas, maka akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika r_{α} positif atau $>$ dari r_{tabel} maka pertanyaan reliabel.
- 2) Jika r_{α} negatif atau $<$ dari r_{tabel} maka pertanyaan tidak reliabel.

Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

- r_{11} = reliabilitas yang dicari
 n = Jumlah item pertanyaan yang di uji
 $\sum \sigma_t^2$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item
 σ_t^2 = varians total

Jika nilai $\alpha > 0.7$ artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) sementara jika $\alpha > 0.80$ ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknakkannya sebagai berikut:

Jika $\alpha > 0.90$ maka reliabilitas sempurna. Jika α antara $0.70 - 0.90$ maka reliabilitas tinggi. Jika α $0.50 - 0.70$ maka reliabilitas moderat. Jika $\alpha < 0.50$ maka reliabilitas rendah. Jika α rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

Untuk mengetahui hasil uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS versi 16.0 yaitu sebagai berikut :

1. Mengkoding data mentah yang didapatkan dari kuesioner yang sudah diisi oleh responden;
2. Menjumlah nilai responden yang diperoleh dari masing-masing responden;
3. Masukkan data tersebut ke SPSS;
4. Lalu klik *Analyze* → *Scale* → *Reliability Analysis*;
5. Memasukkan seluruh item pernyataan ke kolom sebelah kanan, hal ini berfungsi untuk menganalisis reliabilitas seluruh data;
6. Pilih *Alpha* untuk *option* model peneliti gunakan, lalu klik OK;
7. Hasil reliabilitas dapat dilihat di tabel '*Reliability Statistic*'.

Adapun hasil uji reliabilitas dari kedua variabel penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 16.0, adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 5
Hasil Uji Reliabilitas
Variabel X (Komunikasi Interpersonal)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.915	25

Sumber : Hasil olah data software SPSS 16.0 (2016)

Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas, pada variabel X yaitu Komunikasi Interpersonal memiliki nilai 0,915 yang memiliki koefisien korelasi lebih besar dari kriteria uji yaitu sebesar 0,50 yang berarti instrument penelitian variabel X adalah reliabel (teruji keandalannya).

Tabel 3. 6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Budaya Perusahaan)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.899	28

Sumber : Hasil olah data software SPSS 16.0 (2016)

Berdasarkan hasil penelitian uji reliabilitas pada tabel di atas, variabel Y yaitu Budaya Perusahaan memiliki nilai 0,899 yang memiliki koefisien lebih besar dari kriteria uji yaitu sebesar 0,50 yang berarti instrumen penelitian variabel Y adalah reliabel (teruji keandalannya).

3. 7. 3 Uji Normalitas

Pengujian normalitas dimaksudkan untuk mendeteksi apakah data yang akan digunakan sebagai pangkal tolak pengujian hipotesis merupakan data empirik yang memenuhi hakikat naturalistik. Hakikat naturalistik menganut faham bahwa fenomena (gejala) yang terjadi di alam ini berlangsung secara wajar dan dengan kecenderungan berpola. Dalam menguji kenormalan data, ada dua pendekatan yang dapat dilakukan. Bila konstalasi penelitian dalam bentuk korelasi (hubungan) dan pengaruh antar variabel, maka kenormalan yang diuji yaitu kenormalan galat data taksiran. Galat taksiran merupakan selisih skor amatan dengan skor ideal (teoretis) variabel terikan (endogenous) dari setiap persamaan regresi yang dibentuk. Sedangkan untuk konstalasi penelitian komparasi (perbandingan), maka kenormalan yang diuji yaitu kenormalan data amatan.

Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan alat uji *KOLMOGOROV-SMIRNOV*. Menurut Singgih Santoso (2007, hlm 154), dalam menjalankan tes *normality*, terdapat pedoman pengambilan keputusan:

- 1) Nilai sig Kolmogorov-smirnov $\geq 0,05$ maka distribusi adalah normal
- 2) Nilai sig Kolmogorov-smirnov $< 0,05$ maka distribusi adalah tidak normal. Selain itu pada gambar Q-Q plot terlihat ada garis lurus dari kiri ke kanan atas. Garis itu berasal dari nilai z. jika berdistribusi data normal, maka data akan tersebar di sekeliling garis.

3. 7. 4 Uji Korelasi

Teknik statistik yang digunakan dalam analisa korelasi pada penelitian ini menggunakan korelasi *Pearson Product Moment (PPM)*, yaitu salah satu teknik yang dikembangkan oleh Karl Pearson untuk menghitung koefisien korelasi. Kegunaan uji *Pearson Product Momen* atau analisis korelasi adalah untuk mencari hubungan variable bebas (X) dengan

variabel terikat (Y) dan data berbentuk interval dan ratio. Rumus yang dikemukakan adalah:

$$r_{xy} = \frac{(\sum xy)}{\sqrt{(\sum x^2 y^2)}}$$

Keterangan :

R = Koefisien korelasi

X = Nilai dalam distribusi variabel X

Y = Nilai dalam distribusi variabel Y

Korelasi *Pearson Product Moment* dilambangkan r , dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila $r = -1$ artinya korelasi negatif sempurna, $r = 0$ artinya tidak ada korelasi, dan $r = 1$ berarti korelasinya sempurna positif (kuat). Atau dengan kata lain, koefisien korelasi itu bergerak antara 0,000 sampai +1,000 atau diantara 0,000 sampai -1,000, tergantung kepada arah korelasi, nihil, positif, atau negatif. Koefisien yang bertanda positif menunjukkan arah korelasi yang positif. Koefisien yang bertanda negatif menunjukkan arah korelasi yang negatif. Sedang koefisien yang bernilai 0,000 menunjukkan tidak adanya korelasi antara X dan Y.

3. 7. 5 Uji Kontribusi (Koefisien Determinasi)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Jika Koefisien Determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin baik kemampuan variabel X menerangkan variabel Y dimana $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya, jika R^2 semakin kecil (mendekati nol), maka akan dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas adalah kecil terhadap variabel terikat. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

3. 7. 6 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat berguna untuk membantu pengambilan keputusan tentang apakah suatu hipotesis yang diajukan, seperti perbedaan atau hubungan, cukup meyakinkan untuk ditolak atau tidak ditolak. Keyakinan ini didasarkan pada besarnya peluang untuk memperoleh hubungan tersebut secara kebetulan (*by chance*). Semakin kecil peluang tersebut (peluang adanya *by chance*), semakin besar keyakinan bahwa hubungan tersebut memang ada. Kesimpulan yang didapat dari hasil pengujian hipotesis ada dua kemungkinan yaitu menolak hipotesis dan menerima hipotesis (gagal menolak hipotesis).

Untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan rumus uji signifikansi korelasi uji t yang dirumuskan sebagai berikut (Riduwan, 2011, hlm. 81) :

$$t = r_{xy} \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = uji signifikan korelasi

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

Kriteria pengujian untuk mengevaluasi taraf signifikansi tersebut untuk *t hitung* *t tabel*, pada taraf signifikan 5% (dengan tingkat kepercayaan 95%). Apabila *t hitung* *t tabel* pada taraf signifikan 5% (dengan tingkat kepercayaan 95%) berarti item tersebut valid.